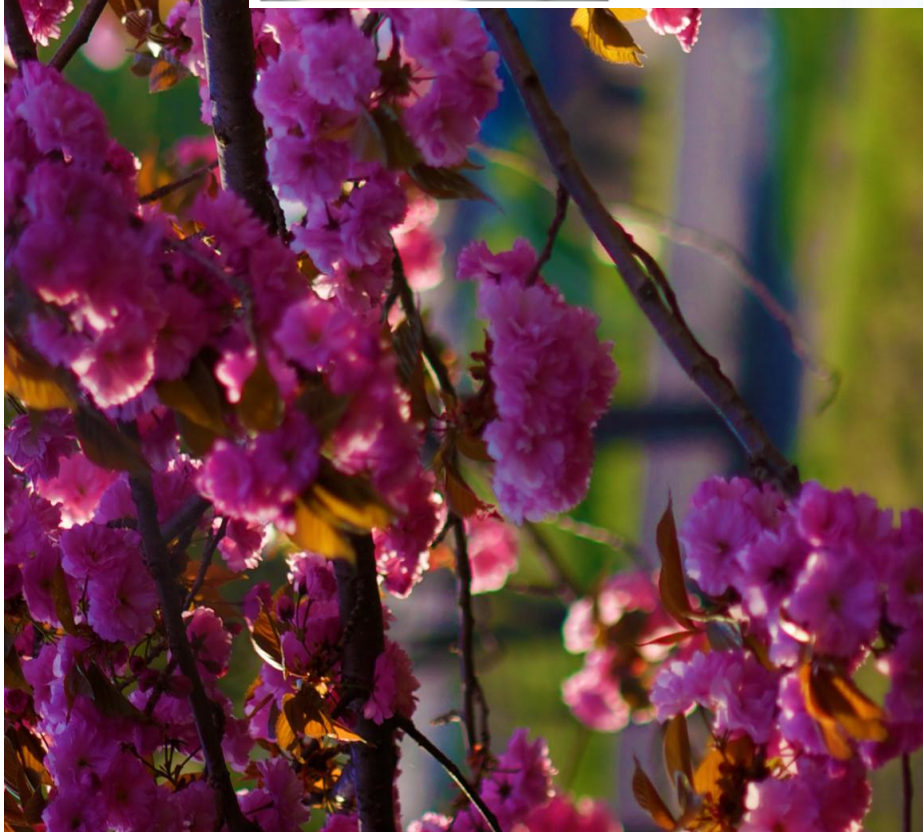
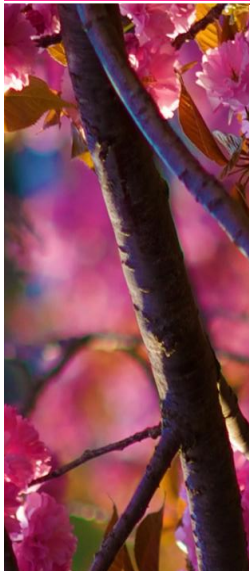




ESTUDIO DE MERCADO COSMÉTICOS ORGÁNICOS



**DANIELA LÓPEZ HERNÁNDEZ
GISELLE RODRIGUEZ IBARRA
JESSICA ROSARIO FERNÁNDEZ**

**MAESTRA CLAUDIA MARCELA
JEREZ**

30/05/2012



PRESENTACIÓN

Esta investigación fue elaborada como parte de un proyecto sobre productos orgánicos, las preguntas que nos surgieron antes de realizar este proyecto, son precisamente en las que nos basamos para iniciar esta investigación, nos enfocaremos en los cosméticos.

En especial hablaremos de los maquillajes, productos de suma importancia para algunas mujeres que se preocupan por tener una mejor apariencia, brindándoles seguridad y confianza en sí mismas, tratamos de dar a conocer las características del sector femenino que es el que consume estos productos en mayor cantidad.

También queremos dar a conocer los beneficios que conlleva el uso de maquillajes naturales y convencionales, así como el porqué los maquillajes naturales no se consumen con tanto éxito como los convencionales.

Trataremos de responder a una pregunta que nos surgió al realizar este trabajo, que fue el por qué los cosméticos naturales no tienen un mercado tan desarrollado, esto nos llevará a hablar de las empresas que se encuentran en México que elaboran y distribuyen maquillajes naturales.

Realizamos un estudio de mercado, el cual se dividió en dos partes, la primera fue la investigación documental y la segunda fue una investigación de campo, en la cual realizamos una serie de encuestas de opción múltiple y entrevistas de profundidad a mujeres que utilizan estos productos, nos arrojaron resultados del por qué compran maquillajes naturales o convencionales, en que se basan para elegir los cosméticos, que es lo que buscan de estos productos, entre otras cosas.

Este proyecto ayudará a las pequeñas empresas a analizar el mercado al que se enfrentan, el cual sabemos es uno de los sectores que más auge tiene en todo momento, ya que la mujeres no dejarán de usar cosméticos naturales.





Contenido

PRESENTACIÓN	3
MATRIZ DE CONGRUENCIA.....	7
CAPÍTULO 1. HABLEMOS DE COSMÉTICOS	9
¿Qué es un cosmético?	9
Historia de los cosméticos	9
CAPÍTULO 2. CLASIFICACIÓN DE LOS COSMÉTICOS	11
Cosméticos convencionales.....	11
Cosmético naturales	11
Cosméticos orgánicos	11
¿Qué ingredientes contienen los cosméticos convencionales?	12
¿Qué ingredientes contienen los cosméticos orgánicos o naturales?	13
CAPITULO 3. COSMÉTICOS NATURALES VS. CONVENCIONALES.....	17
Cosmético convencional.....	17
Cosméticos naturales u orgánicos	18
Criterios para elegir un cosmético natural.....	18
CAPITULO 4. INDUSTRIA COSMÉTICA Y SU MERCADO	21
Sector de la industria cosmética natural	21
Mercado de cosméticos orgánicos	22
Perfil de las personas que adquieren este producto.....	23
CAPITULO 5. PRINCIPALES EMPRESAS DE COSMÉTICOS ORGÁNICOS Y NATURALES.	25
Cosméticos Mazunte.....	25
The Body Shop.....	25
Natura	25
Oriflame	26
CAPÍTULO 6. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	27
Diferencias entre cosméticos naturales y convencionales	27

Entrevistas de profundidad	32
CAPITULO 7. GRÁFICAS Y RESULTADOS	39
Muestreo	39
Gráficas	40
CAPITULO 8. CONCLUSIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	59

MATRIZ DE CONGRUENCIA

Problema: Identificar las características de las mujeres que adquieren cosméticos naturales e identificar que es lo que buscan al adquirir estos maquillajes.

PREGUNTA	OBJETIVO	HIPOTESIS
¿Cuáles son las características de las personas que demandan los cosméticos naturales?	Analizar las características de las personas que demandan cosméticos naturales	Se piensa que las personas que compran cosméticos naturales, son aquellas que piensan en su bienestar.
¿Cuál de los dos tipos de cosméticos nos brinda mayores beneficios en cuanto a salud y/o el medio ambiente?	Comparar sus beneficios para conocer cuál es la mejor opción al adquirir un maquillaje.	Se cree que la calidad de los cosméticos naturales es mejor, y trae mayores beneficios a la salud porque cuida la piel, además de ser amigables con el medio ambiente. A diferencia de los cosméticos convencionales que al parecer no cuentan con los mismos beneficios.
¿Por qué el mercado de cosméticos naturales no está tan desarrollado?	Investigar el tamaño del mercado.	Se cree que los cosméticos naturales u orgánicos no son conocidos por un número considerable de personas lo que nos dice que no son demandados, por lo tanto su mercado no se ha desarrollado completamente.
¿Por qué las personas no compran cosméticos naturales?	Analizar los factores que hacen que una persona no compre cosméticos naturales	Se cree que es porque son caros y poco conocidos. Por ello las personas prefieren comprar un cosmético convencional.
¿Qué empresas elaboran y distribuyen los cosméticos naturales?	Investigar empresas que elaboren y distribuyan cosméticos naturales.	Se cree que en México las principales empresas que elaboran y distribuyen los cosméticos naturales son Oriflame, The Body Shop, Natura y Mazunte.





CAPÍTULO 1. HABLEMOS DE COSMÉTICOS

¿Qué es un cosmético?

La Ley de Alimentos, Fármacos y Cosméticos de 1938 de Estados Unidos define los cosméticos como "artículos destinados a frotarse, verterse, rociarse, aplicarse al cuerpo humano, para limpiar, embellecer, promover el atractivo o alterar la apariencia. (Hill & Kolb, 1991).

Entonces, un cosmético es toda sustancia que se aplica en cualquier parte del cuerpo humano, sea cara, ojos, cabello, manos, pies, piel etc. Y sirve para mejorar la apariencia, embellecer y ser más atractivo a la vista.



Foto 1: Diversidad de Cosméticos

Historia de los cosméticos

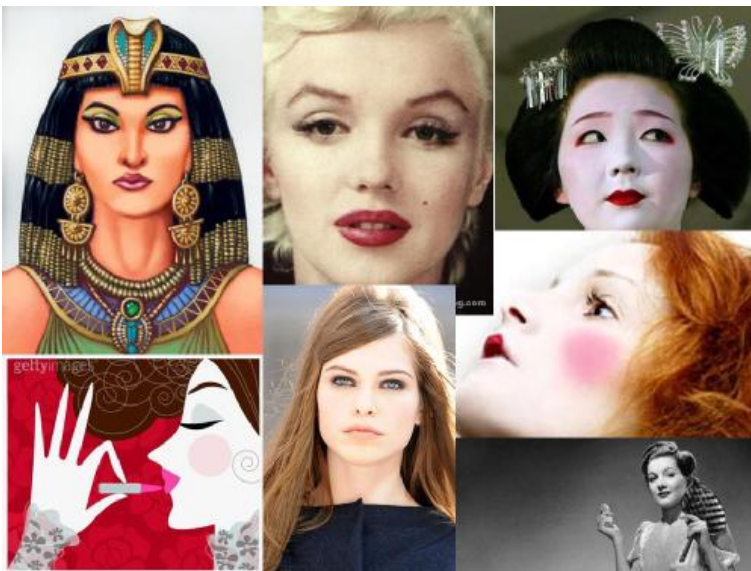


Foto 2: Historia de los cosméticos

En épocas pasadas, la gente utilizaba materiales de la naturaleza para limpiarse, embellecerse y modificar de alguna otra manera su apariencia. Hay pruebas de que hace 7000 años los egipcios usaban antimonio (Sb) en polvo y malaquita (un mineral de cobre de color verde) como sombra para los ojos. Los faraones egipcios utilizaban aceites



perfumados para el cabello, ya en el 3500 a.C. se dicen Claudis Galen, un médico griego del siglo II d.C. inventó el cold cream. Los caballeros elegantes de la Europa del siglo XVII utilizaban cosméticos en abundancia, a menudo para ocultar el hecho de casi nunca se bañaban. Las damas Europas del siglo XVIII blanqueaban su rostro con carbonato de plomo (PbCO_3) y muchas murieron por envenenamiento con plomo.

En el Siglo XX es de los grandes descubrimientos científicos. Empieza el desarrollo de la industria química. Los productos de Belleza dejan de ser un lujo. Los creadores franceses comienzan a ser los portadores de la moda, aparecen en el mercado nuevos productos, se intenta respetar la fisonomía de lo natural. La juventud imprime sello y cada día se intenta regresar a los productos naturales con bases de aceites vegetales, frutas, hierbas, leche miel. La evolución de la nueva cosmética va hacia lo natural.

El uso de cosméticos tiene una historia larga e interesante, pero nada del pasado se acerca a la cantidad y variedad de cosméticos que la gente usa en el mundo industrial moderno. Cada año gastamos miles de millones de dólares en cosas como lacas para el cabello, barnices para la uñas, enjuagues bucales y talcos para los pies.

(Hill & Kolb, 1991)



CAPÍTULO 2. CLASIFICACIÓN DE LOS COSMÉTICOS

En la actualidad, los cosméticos cuentan con cierta clasificación, hay por ejemplo cosméticos convencionales, orgánicos y naturales. En seguida veremos sus diferencias.

Cosméticos convencionales

Son aquellos que se elaboran a base de sustancias químicas, que muchas veces son nocivas para nuestra salud. Además algunos de estos liberan sustancias tóxicas al medio ambiente, ya sea mediante su producción o cuando se convierten en residuos. (J.L., 2005)



Foto 3: Cosméticos Chanel

Cosméticos naturales

Los cosméticos naturales son productos que no contienen productos químicos, están elaborados a base de plantas, frutos, semillas, granos, hierbas y otros productos botánicos. Este tipo de cosméticos ayuda al medio ambiente, cuida nuestra salud y mantiene sus propiedades naturales (Autoria propia)

Cosméticos orgánicos

Lo orgánico se diferencia de lo natural pues este debe cumplir una estricta Normativa en



Foto 4: Cosméticos natura

todo el mundo, en cuanto a sus productos y procesos. Una empresa dedicada a certificar productos orgánicos verifica que las materias que componen sus productos han crecido y se han procesado con el siguiente estándar: sus productos no pueden tener meno



del 95 por ciento de ingredientes de origen natural. Esto es testificado por organismos oficiales, pues no se trata de poner la ética que diga orgánico, sin haber sido verificado. (Jorge, 2009)

¿Qué ingredientes contienen los cosméticos convencionales?

Ahora podemos decir que la composición de los cosméticos son los que hacen que sean separados en convencionales y organicos/naturales. Los ingredientes para los cosméticos convencionales son compuestos químicos, mismo que provocan daños a nuestra salud y a nuestro medio ambiente.

Según la agencia para la protección de la salud del Reino Unido, cada mes aparecen mas de 600 sustancias químicas nuevas que se añaden a la lista de las 80 mil ya existentes, de todas estas sustancias que son altamente tóxicas destacan por encontrarse comunmente y en mayor numero en los cosméticos convencionales mas utilizados las siguientes: (J.L., 2005)

Aceites minerales: sustancias derivadas del petróleo que la industria cosmética utiliza como antibacteriano y para mejorar la textura de las cremas para que esta tenga una sensación agradable al entrar en contacto con la piel.



Foto 4: Aceites minerales

Ftalatos: Son sustancias disolventes y suavizantes, que se pueden utilizar con mayor facilidad en cremas, esmaltes de uñas, perfumes, lacas de pelo, y desodorantes.

Ingredientes artificiales o sintéticos: La lista de cosméticos que contienen éstos, es innumerable, por ejemplo en shampoo, jabones, limpiadores faciales, acondicionadores para el pelo, geles etc.



Foto 5: Colorantes

Colorantes: Sustancias que se emplean para darle color a los cosméticos.



Solventes como el isopropil que son sustancias derivadas del petróleo, utilizadas en anticongelantes y como solventes de pintura, que sin embargo la industria cosmética incluye en tintes de pelo, cremas de manos, exfoliantes y otros más.

Fragancias artificiales: Son fragancias baratas y de fácil producción, que pueden producir trastornos en el sistema reproductor y endócrino.



Foto 6: Fragancia

Liberadores de formaldehído: Potente antimicótico, se utiliza incluso en construcción y fabricación de muebles, ya que previene y evita la aparición de moho y hongos. Es altamente cancerígeno. Su uso está prohibido en la industria cosmética, pero como es un conservante muy barato y efectivo, la industria se las ha ingeniado para crear sustancias

¿Qué ingredientes contienen los cosméticos orgánicos o naturales?

En el caso de los cosméticos naturales u orgánicos los principales ingredientes que los componen son los que a continuación se presentan:

Talco: El talco es añadido a los cosméticos para facilitar la aplicación del polvo y su esparcimiento, y para impartir buenas propiedades de deslizamiento y adhesión. Como el poder de cobertura y la capacidad de absorción de la humedad son relativamente bajas, es combinado frecuentemente con otros polvos como caolín y óxido



Foto 6: Talco de zinc.

Los productos cosméticos más importantes en términos de consumo de talco son los polvos faciales, talcos corporales y polvos para bebés. Muchos otros productos cosméticos como rubores y lápices labiales y sombras para ojos pueden usar talco en diferentes cantidades. Los talcos cosméticos deben ser libres de todo material arenoso, granular o fibroso como la tremolita y los asbestos, que son peligrosos para la salud. El



talco debe tener, generalmente, un buen color blanco y una alta luminosidad, no obstante los grados no blancos son a veces aceptados. Muchos cosméticos como polvos faciales, estarán coloreados pero esto sólo incrementa la necesidad de una materia prima consistentemente blanca en el proceso de fabricación. El color es un criterio estético importante para los fabricantes y es una indicación general útil de pureza tanto para los consumidores de productos cosméticos como farmacéuticos. (Roskill, H 1996)

Aceite de ricino: El aceite de ricino se extrae de las semillas de la planta *Ricinus communis*, conocido como ricino, higuera del diablo o palma de Cristo. Los egipcios ya utilizaban el aceite de ricino pues en sus tumbas se han encontrado semillas de ricino. A diferencia de las propias semillas, no es tóxico.



Foto 7: Aceite de ricino

Se usa en la preparación de muchos aceites corporales, aceites de baños y abrillantadores labiales.

- Se puede usar en la preparación de cosméticos caseros.
- Añadido a un acondicionador contrarresta los efectos negativos de los tintes, el sol y la sal del mar.
- Ayuda a eliminar las impurezas de la piel.
- Excelente para fortalecer las uñas y pestañas.
- Muy beneficioso para las pieles secas.
- Diluido en alcohol fortalece el cabello.

(Arcas, E. 2010),

El silicio, comúnmente llamado sílice, es un elemento que se encuentra en elevada proporción en la epidermis y en la dermis para incrementar la resistencia química de la queratina. (Alcalde, M.Teresa & Del Pozo 2004)

Es un ingrediente que se utiliza en la formulación de productos dermofarmacéuticos, por las numerosas funciones que presenta como:



- Acción anti radicales libres: reorganiza las membranas celulares, haciéndolas mas resistentes al envejecimiento.
- Acción reestructurante/hidratante
- Acción antiinflamatoria

Cera de abeja: La Cera de Abeja contiene ácidos libres, ésteres y otros componentes



Foto 8: Cera de abeja

naturales que le dan características especiales, tales como propiedades emulsificantes, plasticidad, compatibilidad con otros productos naturales y olor agradable. Estas propiedades hacen de la Cera de Abeja un producto muy valorado para formulaciones cosméticas como cremas faciales y corporales. Otros usos incluyen velas, cirios, productos textiles y

pulimentos para muebles y calzado. (Multiceras Blending with you. 2011)

Aceite de semillas de girasol: Su riqueza en vitamina E lo hacen un buen aliado de nuestra piel (se la conoce como la vitamina de la belleza). (Arnau, J. V. 2010)

Extractos de frutas: Resulta que los extractos frutales tienen propiedades antioxidantes e hidratantes, y aportan vitaminas y minerales que sólo los productos de la propia naturaleza podrían brindar, reparando los daños que los rayos del sol producen en la piel y ofreciendo una buena hidratación. Por ejemplo, algunas frutas tienen ácidos denominados alfa-hidroxiácidos, que fomentan la renovación celular y la vitalidad de la dermis. Por estas causas, gran parte de los últimos lanzamientos de cosmética incorporan extractos frutales entre sus compuestos. (Rodgers, N 2009)

Lanolina: La lanolina es una sustancia aceitosa segregada por las glándulas sebáceas de los animales que producen lana, en especial las ovejas (*Ovis aries*). Las propiedades emolientes de la lanolina la hacen una sustancia útil

para ser incorporada en lápiz de labios, cremas y polvos cosméticos, cremas de afeitar, champúes y jabones. (Lee, B. & Warshaw, E. 2008).



Cacao: Utiliza diversas partes para fines cosméticos como la vaina que contiene antioxidantes polifenoles, antioxidantes los cuales frenan el envejecimiento de la piel, además el tanino del cacao quema las grasas y las moléculas olfativas extraídas de la membrana que rodea la vaina. Del cacao sale la manteca de cacao la cual tiene una gran cantidad de propiedades hidratantes y nutrientes además de



Foto 9: Cacao

tener cacao en grano. (Cacao y chocolate 2008).



CAPITULO 3. COSMÉTICOS NATURALES VS. CONVENCIONALES

Cosmético convencional

Tabla 1: Ventajas y desventajas cosméticos convencionales

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Las ventajas que pueden generar los cosméticos convencionales son relativas, ya que hacia nuestra salud no producen beneficios, pero a otros factores si los llega a “beneficiar” por ejemplo:</p> <p>A nuestra economía, por lo general este tipo de cosmético es “barato” y accesible para comprar, lo encuentras en supermercados, tiendas de belleza, hasta en los mercados sobre ruedas.</p> <p>Otra de las ventajas es que hay una gran variedad de marcas y precios a elegir, así como una variedad impresionante de colores, aromas etc.</p>	<p>Las desventajas que presenta un cosmético, están relacionadas con el daño a la salud y el bienestar de las personas y del medio ambiente.</p> <p>Estos provocan alergias, efectos secundarios y enfermedades, como el cáncer.</p> <p>Desgastan la piel y aceleran el proceso de envejecimiento, de igual forma alteran al sistema endocrino (hormonas)</p> <p>Además de dañar el medio ambiente, tanto en su elaboración como en su deshecho, entre otras.</p>

Autoría propia



Cosméticos naturales u orgánicos

Tabla 2: Ventajas y desventajas cosméticos naturales u orgánicos

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Los cosméticos naturales nos pueden ofrecer una serie de ventajas que a continuación daremos a conocer: cuidan la piel ya que no contienen sustancias tóxicas, no producen alergias pues no contiene colorantes, ni aromas artificiales. Estos productos son extraídos totalmente de la naturaleza y las personas que utilizan este tipo de productos se sienten bien en lo estético, en lo físico y en lo espiritual. Además de todos los beneficios que nos ofrece como consumidores, también ayudan a la naturaleza, ya que son biodegradables y no son probados con animales.	La desventajas que podemos observar de los cosméticos naturales es que son caros, no existen muchas marcas en el mercado, su gama de colores es poca.

Autoría propia

Criterios para elegir un cosmético natural

Por el momento no existe ningún aval de calidad, regulado por algún organismo especializado, que identifique seriamente si un producto cosmético reúne los requisitos de producto natural. Por lo que tendremos que guiarnos por nuestros sentidos, vista, tacto, olfato y por supuesto por el sentido común para detectar si un producto es natural o es una copia sintética. (Cano, J. 2009)

- ❖ **Vista:** la cosmética natural con productos naturales nunca presentan colores llamativos, no son de color fucsia, verde o fluorescente. Descartemos pues la cosmética natural que se comercializa como tal y que nos presente colores demasiado sugerentes.



- ❖ **Olfato:** a menudo algunas casas comerciales de cosmética natural nos ofrecen las maravillosas ventajas de algunas “esencias” como la manzana, el melón, la pera, la fresa, la sandía, etc. y con un aroma exactamente igual a las mencionadas frutas.

Sentimos desencantarles pero estas frutas no contienen aceites, es por tanto imposible que nos ofrezcan un aceite esencial natural con el aroma de cualquier fruta que no provenga de los cítricos: naranja, pomelo, limón, bergamota, mandarina, etc. Por lo que el aroma que nos venden como natural es simplemente una composición química, que no aporta ninguna propiedad terapéutica.

- ❖ **Sentido común:** la cosmética natural tendría que llevar un aval, que identifique que en su elaboración no se han efectuado pruebas sobre animales. Desconfíe de los productos que en su composición hablen de un extracto natural reconstituido, esto quiere decir que se ha copiado en un laboratorio el olor o las propiedades de la planta, las cuales nunca tendrán las auténticas y beneficiosas propiedades del principio activo natural.
- ❖ **El precio:** el precio de los productos sintéticos siempre será más económico que un producto natural, pues al ser compuestos químicos no dependen de cultivos, temperaturas etc. Así pues desconfiemos de los productos naturales demasiado baratos.





CAPITULO 4. INDUSTRIA COSMÉTICA Y SU MERCADO

Sector de la industria cosmética natural

Cada vez hay más laboratorios que elaboran sus cremas maquillajes y demás con ingredientes vegetales, realizando auténtica cosmética natural. Pero desgraciadamente existen otros fabricantes que se aprovechan de la moda “de lo natural” utilizando como reclamo publicitario algún ingrediente vegetal que añaden en pequeñas porciones a sus composiciones sintéticas, y venden su producto como 100% natural (Cano, J., 2006)

El sector de la industria cosmética es la segunda gran rama industrial durante el último siglo. En la actualidad, se trata de un sector que gasta anualmente grandes sumas de dinero en el lanzamiento y promoción de nuevos productos, así como en el reforzamiento y renovación de los atributos más destacados de las distintas formulaciones. Desde el punto de vista comercial, se trata de un mercado en el que interactúan laboratorios, farmacias y perfumerías, supermercados y grandes tiendas, profesionales de la salud, consejeros de belleza, las autoridades sanitarias y los consumidores, entre otros.

(Benett,H.1993)

En el sector cosmético conviven productores “puros”, fabricantes de fármacos, casas de alta costura, grandes consorcios de productos de consumo personal, y empresas de distribución minorista, como supermercados y farmacias, a través del desarrollo de marcas propias.

Se estima que la industria factura a nivel mundial US \$ 170 mil millones anuales. Los principales mercados de consumo son la Unión Europea, Japón y Estados Unidos, todos con ventas anuales superiores a los US \$ 20 mil millones y consumos per cápita sobre los US \$100 (La Industria Cosmética: Situación Anual y Proyecciones). Mediciones internacionales estiman las ventas del sector en torno a los US \$ 800 millones a precios al consumidor final.

El mercado Mexicano se sitúa en una cuarta posición en términos de tamaño en el contexto latinoamericano, tras Brasil, Argentina y Colombia. En los próximos años se



espera observar un elevado dinamismo en las categorías de maquillajes, perfumes y productos para el cuidado de la piel.

Adicionalmente, en el mediano y largo plazo la demanda por cosméticos se vera afectada por una serie de factores adicionales:

a) Se espera que la creciente introducción de la mujer al mercado laboral se traduzca en un importante impulso a la industria cosmética.

b) Se espera que el aumento de la edad promedio de la población favorezca una mayor demanda por productos para el cuidado de la piel, particularmente en las categorías orientadas a combatir su envejecimiento.

c) Las tendencias a la expansión en masa de las marcas propias, junto a fenómenos que la acompañan, como la mayor competencia de precios y el acceso de segmentos de menores ingresos a su consumo, seguirán presentes durante los próximos años potenciando su impulso sobre las ventas.

d) La preocupación de las mujeres por mantenerse además de bellas, sanas. Orillándose así a una industria cosmética orientada a lo natural.

Mercado de cosméticos orgánicos

Referente a la cosmética natural, el mercado no se encuentra totalmente abarcado por competencia, por lo que las empresas ven una oportunidad perfecta para crecer y ofrecer sus productos en un sector más amplio.

La cosmética natural representa todavía un segmento minoritario de consumo en comparación con la cosmética convencional. Sin embargo, los estudios de mercado confirman una gran tendencia de crecimiento en los próximos años: el 15% frente al 5% global de los restantes productos de cuidado personal.



En nuestros días la cosmética natural está en pleno auge; la diversidad de productos atractivos, la popularidad y el interés por las marcas de los fabricantes aumentan considerablemente.

Las principales empresas de cosmética natural, líderes del mercado mundial, estiman un incremento del 30% sobre todo en sus exportaciones los próximos años. (Trommer & Rascher, 2006).

De acuerdo al estudio de Bernárdez, "El mercado más importante para los cosméticos mexicanos es EE.UU. con el 39.11% del mercado total" (Bernárdez, T. 2005)

A demás sabemos que la palabra natural es lo que vende, y esto hace que aumenten sus precios, pues aun no existe alguna norma que regule los precios de estos artículos.

Perfil de las personas que adquieren este producto

Es evidente que sólo las personas con un mayor nivel de consciencia ecológica adquirirán estos productos, es decir, las personas de los países desarrollados son más propensas a adquirir productos naturales debido al alto nivel de información sobre los problemas ecológicos y la educación que han adquirido, ya que en muchos de estos países se adquieren hábitos de conservar la naturaleza desde que son pequeños, y se va creando una cultura ecológica. Esto aunque parezca raro, suena como una desventaja para vender estos productos a varios países, porque no todos están dispuestos a pagar un mayor precio con tal de cuidar la ecología o su salud. Es sólo en determinados países donde adquirirán este producto. (Cano, J. 2006)





CAPITULO 5. PRINCIPALES EMPRESAS DE COSMÉTICOS ORGÁNICOS Y NATURALES.

Cosméticos Mazunte



Foto 10: Mazunte

Es una fábrica ecológica que contribuye a la creación de empleos, es amigable con el medio ambiente, esta empresa tiene un modelo alternativo de desarrollo sustentable. Además de los cosméticos naturales de Mazunte, la empresa cuenta con servicio de ecoturismo, servicios de alimentos higiénicos, servicios turísticos, entre otros. (Cosméticos Mazunte, 2012)

The Body Shop

Es una empresa que busca resaltar la belleza pero recurriendo siempre a lo natural. Esta empresa elabora sus productos a base de ingredientes naturales, con esto tratan de cuidar nuestro planeta y a la gente que habita en él, no solo por moda sino porque eso es lo que necesitamos hacer para no acabar con nuestro planeta. Esta es



Foto 11: The Body Shop

una de las empresa que ha certificado algunos de sus productos por Ecocert. (The Body Shop, 2012)

Natura



Foto 12: Natura

Es una marca de origen brasileño, nacida de la pasión por la cosmética y por las relaciones, esta empresa trata de crecer en tres ámbitos primordialmente, en lo social, en lo económico y en lo ecológico. Tratan de promover el uso sustentable de la rica biodiversidad botánica brasileña. En la realización de sus productos, no hacen pruebas con animales y llevan a cabo una rigurosa observación de las normas de seguridad internacionales. Todo esto da como resultado productos de alta calidad y con diseños relacionados con la naturaleza. (Natura, 2012)



Oriflame

Oriflame fue fundado en Suecia en 1967, es hoy en día una de las compañías de belleza de venta directa de más rápido crecimiento, presente en 60 países. Vende productos naturales. (Oriflame, 2012)



Foto 13: Oriflame



CAPÍTULO 6. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Diferencias entre cosméticos naturales y convencionales

Metodología

Acudimos a la tienda The Body Shop para realizar una observación participativa. Por medio de esta pudimos observar y probar los maquillajes naturales que se venden en esa tienda para así poderlos comparar con la marca Maybelline, elegimos esta última ya que es la que nosotras utilizamos y de la cual podríamos hablar con veracidad. A continuación presentaremos unas tablas en donde anotamos las principales diferencias que nosotros encontramos entre estos cosméticos.

Tabla 3: Comparación rimel

RIMEL	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	El producto asegura una duración de 24 horas máximo, en realidad duran aproximadamente 18 horas.	El producto no especifica su duración, pero las vendedoras te dan un aproximado de 12 horas,
Precio	\$160 * Es 30 pesos más barato que el natural.	\$190 * Es 30 pesos mas caro que el convencional
Cantidad de producto	9 ml	10 ml
Empaque	Color llamativo (morado neón con letras azules fluorescentes) , forma ovalada inusual y tiene un cepillo curvado que permite moldear mejor las pestañas.	Color azul pastel con franjas y letras negras, cepillo recto pequeño y delgado en forma de pino que ayuda a levantar y separar con mayor facilidad las pestañas.
Aroma	Sin aroma agradable, Humedad.	Extractos naturales, aroma agradable.
Gama de Colores	Negro	3 colores Negro, café y azul

Autoría propia



Tabla 4: Comparación labial

LABIAL	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	1 hr. y media y al termino deja los labios secos, no hay humectación permanente.	2 hr. y media, Sus componentes naturales de bálsamos frutales, ayudan a un mayor humectación.
Precio	\$75	\$160
Cantidad de producto	4g.	3g
Empaque	Moderno, llamativo	Sencillo pero elegante
Aroma	Sin aroma	Cacao y canela y escencias frutales.
Gama de Colores	Colores fuertes y colores pastel	Colores variados pero no tan potentes, naturales pero elegantes y agradables.

Autoría propia

Tabla 5: Comparación lipstick

LIPSTICK	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	1 hr. Hace engrosar tus labios, le da un volumen extraordinario.	1 hora y media. Brillo intenso, algo grasosos por las escencias naturales, buena humectación
Precio	\$130	\$155
Cantidad de producto	13g	7g
Empaque	El aplicador es de plástico	El aplicador es suave y se puede expandir mejor el producto en los labios.
Aroma	Chocolate fresa, mandarina, cereza, frambuesa entre otros	Coco, chocolate, avellana, nuez, almendra, olivo, etc.
Gama de Colores	Variado	Colores tenues

Autoría propia



Tabla 6: Comparación blush

BLUSH	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	5 horas, con textura, facil de aplicar.	7 horas textura suave que facilita la adhesión a la piel dejando un tono natural.
Precio	\$150	\$200
Cantidad de producto	5g	4g
Empaque	Práctico, y frágil puede llegar a romperse facilmente.	Elegante, sencillo, pequeños, facil transportación
Aroma	Sin aroma	Sin aroma
Gama de Colores	Variada, colores potentes y vivos.	Colores mas naturales, no rojos ni naranjas intensos por ejemplo.

Autoría propia

Tabla 7: Comparación delineador

DELINEADOR	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	5 hrs	7 hrs
Precio	\$150	\$170
Cantidad de producto	1 g	1 g
Empaque	Estándar, lápiz con punta, y en alguna ocaciones difuminador en el otro extremo.	Estándar, lápiz con punta, con difuminador en el otro extremo, los dos extremos con tapa.
Aroma	No tiene	No tiene
Gama de Colores	Variado (azules, rosas, morados, cafes, negros azules,	Colores oscuros (café, negro gris) hechos a base de carbón lo que los hace potentes a la aplicación.

Autoría propia



Tabla 8: Comparación sombras

SOMBRAS	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	6 hrs. Textura compacta, facilita la aplicación.	8 hrs. Textura suave que se adhiere por mas tiempo y mejor a tu piel.
Precio	90	115
Cantidad de producto	5g	4g
Empaque	Pequeño, sensillo, práctico y un poco frágil.	Pequeño y elegante, facil de transportar.
Aroma	No tiene	Semillas
Gama de Colores	Colores fuertes y colores pastel	Tienen pocos colores fuerte y más colores pastel .

Autoría propia

Tabla 9: Comparación bases

BASES	Convencionales Maybelline	Orgánicos y Naturales The Body Shop
Duración	Hasta 24 horas, según el empaque, pero en realidad dura como 12 horas.	Máximo 12 horas, si llega a durar las 12 horas.
Precio	450	600
Cantidad de producto	11.5 g	10 g
Empaque	Compacto, colores llamativos, y letras atractivas.	Pequeño, elegante, fácil de transportar.
Aroma	No tiene	No tiene
Gama de Colores	Variado para todo tipo de piel.	Variado para todo tipo de piel.

Autoría propia

Como podemos observar se cumple una de nuestras hipótesis, que era demostrar que los maquillajes naturales son más costosos que los convencionales; aunque también sabemos que los cosméticos naturales nos ofrecen más beneficios como el cuidado de nuestra piel, de nuestra salud y la protección del medio ambiente, es por eso que muchas



veces sus empaques son muy sencillos, pues tratan de que sean biodegradables, pero eso no les quita ese diseño curioso elegante.

Además los maquillajes naturales no son probados con animales y no contienen sustancias tóxicas. Y su durabilidad es considerable y puede llegar a ser funcional.

Una de los puntos negativos de los maquillajes naturales, es que no tienen una gran variedad en la gama de colores de los productos, son colores pastel y uno que otro un poco más fuerte. Los colores oscuros como negro, café, gris y uno que otro azul oscuro, son realmente potentes, pues están hechos a base de carbón, propiedad que hace los rímelos, delineadores y sombras más duraderos.

Podemos concluir también que la cantidad del producto de los maquillajes naturales es menor y como ya lo habíamos mencionado su precio es más alto. Lo que quiere decir que consumimos menos de lo que pagamos.

Además de acudir a la tienda The Body Shop para hacer la comparación, también adquirimos algunos cosméticos para poder ver los ingredientes que contienen y a continuación los damos a conocer.

➤ Sombra de ojos

Talco, fluor flogopita sintética, aceite de lanolina, dimeticona, neopentanoato de isoestearilo, sílice, cera de carnauba (copemicie cenifera), cera sintética, palmitato de isopropil, palmitato de litilxetito, aceite de Marula (sclerocarya barrea), aceite de ricino (ricinus communis), metaculato de polimetilo, estearato de sorbitán, caprilil esterres de olivo, hidrogenados, acetato de tocoferilo, ciclopentasiloxano, estearato de zinc, dióxido de titanio, óxidos de hierro, aluminio en polvo

➤ Delineador de Ojos

Aceite vegetal hidrogenado, aceite de ricino hidrogenado, ceresina,, cera de abeja, talco, tocoferol, mica, óxidos de hierro.

➤ Blush



Talco, nitrato de boro, estearato de zinc, cera sintética, lauroil, ricina, isoicosano, laurato de glicerilo, aceite de lanolina, aceite de solerocarya, birrea, sílice, meticona, propil para beno, oxido de hierro, dióxido de titanio ultra marinos.

➤ Lipstick

Poligliceridos, aceite de semillas de girasol, aceite de semillas de ricino, cera de abeja, manteca de cacao, cera de semilla de girasol, aceite de coco, aceite de marula, tocoferol, aceite de semilla de pasiflora edulis, aceite de pasiflora, sílice, acetato de tocoferilo, talco. SABOR: oxido de estaño, hexil cinamal, nimoneno, linalol, citronelol.

➤ Labial

Aceite de ricino, lanolina, piliglicerol-3 de cera de abeja. SABOR aceite de ricino hidrogenado, cera de abeja, sílice, benzoato de tencilio, acetato de tocoferilo, acetato de semilla de alazor, extracto de frambuesa, tocoferol.

Entrevistas de profundidad

Metodología

Elegimos a tres mujeres para hacerles una entrevista, les presentamos los maquillajes; de cada uno había un natural y un convencional, pero no les decíamos cual era cual, hasta después de que cada una elegía el cosmético, con esto pudimos ver porque se guían las mujeres ciertos cosméticos y también pudimos anotar su reacción al enterarse de los beneficios de los maquillajes naturales.

Utilizamos como instrumento una guía de entrevista, que a continuación presentaremos.

Guía de Entrevista

Hicimos las siguientes preguntas con cada uno de los maquillajes que les presentamos

De los dos maquillajes que le presentamos ¿Cuál compraría usted?

¿Por qué eligió ese maquillaje?

¿Qué es lo que usted busca al comprar este producto?

Si le platicó las propiedades del cosmético natural, ¿estaría dispuesta a probarlo?



El rímel fue el primer maquillaje presentado



Foto 13. Rimel

Persona 1

La persona entrevistada por el diseño del empaque elegiría el rímel convencional, ya que este tiene un color más fuerte y también porque el cepillo es más grueso, además de que tiene más publicidad. Lo que ella busca al comprar un rímel es que no se corra, que no le baje las pestañas, que tenga larga duración principalmente. Al platicarle de las propiedades del rímel natural, ella dijo que estaría dispuesta a probarlo para verificar si cumple con lo esperado.

Persona 2

Esta persona elegiría el rímel natural por el diseño de su empaque, pero no le convenc o tanto porque el cepillo es muy delgado. Lo que ella busca es que le haga sus pestañas largas y gruesas, que sea a prueba de agua, de larga duración y que las propiedades de este producto le ayuden al cuidado de sus pestañas.



Persona 3

Ella elegirá el rímel convencional por el diseño de su empaque y por el tamaño del cepillo; busca en este tipo de cosméticos que el rímel no le pegue las pestañas y que tenga larga duración. Esta dispuesta a probar el rímel natural, ya que le protegerá sus ojos.

El segundo producto presentado fue el lipstick



Foto 14. Lipstick

Persona 1

Después le presentamos el lipstick ella elegiría el convencional, ya que el diseño de su empaque le atrae más y el tono también, además dice que el diseño del lipstick natural no le gusta porque el aplicador no llega hasta el fondo y no se puede sacar todo el producto. Estaría dispuesta a probar el lipstick natural, solo que buscaría un tono fuerte. Lo que ella busca en el producto es el color, durabilidad y que tenga brillos.

Persona 2

Le presentamos el lipstick convencional y natural y ella eligió el natural, porque le gusta el empaque y el color. Ella al adquirir el producto lo que busca es que este no sea grasoso, que sea de larga duración y que le dé volumen a los labios.



Persona 3

Le enseñamos los dos lipsticks y ella se decidió por el natural, ya que el diseño del empaque le gusto, así como su aroma, y sobre todo le gusto el aplicador. Cuando se entero que era un cosmético natural y los beneficios que le traían se intereso más por este maquillaje. Ella lo que busca al comprar este producto es que sus labios se vean con brillo y que el producto no sea grasoso.

El tercer producto fue el blush



Foto 15. Blush

Persona 1

También le presentamos un blush y escogió el natural, por el diseño del empaque y por el tono. La persona al comprar este producto busca que se difumine con facilidad sin dañar su piel.

Persona 2

En cuanto al blush elegiría el natural porque el color es natural y el empaque le llamo la atención, además que se entero de las propiedades de este producto y con mayor razón se decidió por este.



Persona 3

Le presentamos el blush y ella eligió el natural por la tonalidad del maquillaje, dijo que ella regularmente usaba blush convencional, pero que le había gustado mucho ese tono y que a lo mejor iba a empezar a utilizar el blush natural.

El cuarto producto presentado fueron las sombras

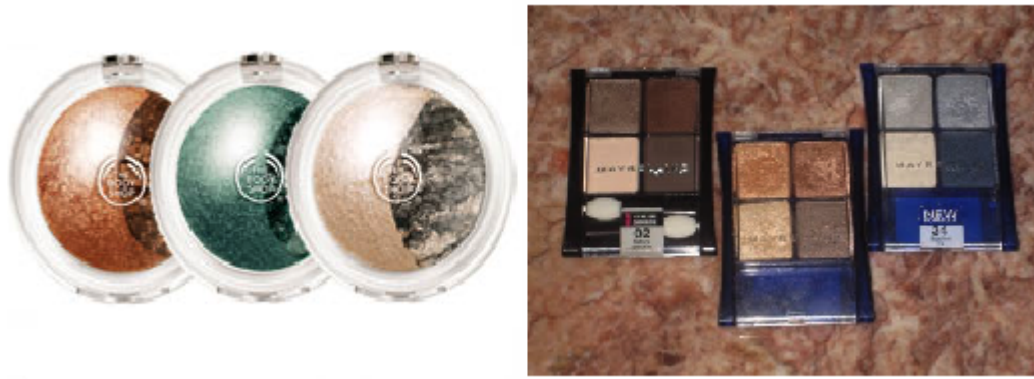


Foto 16. Sombras

Persona 1

De las dos sombras que le presentamos, ella elegiría la natural por el diseño del empaque, ya que es pequeño y elegante, ella lo que busca al comprar este producto es que su textura sea compacta para que se pueda añadir a la piel.

Persona 2

Ella elegiría las sombras convencionales, porque a ella le gustan los colores más fuertes, aunque el empaque de este no le gusta del todo, pero dijo que ella estaría dispuesta a usar las sombras naturales para probar sus beneficios.

Persona 3

Se le presentaron las sombras y ella eligió las convencionales, porque los colores son más fuertes y así es como ella los utiliza. Ella dice que no le gustaría utilizar los naturales por la gama de colores que se manejan de este producto.



El quinto maquillaje que les presentamos fue el delineador



Foto 17. Delineador

Persona 1

Por último le presentamos el delineador y eligió el natural, pues el color negro es mucho mas fuerte debido a que está hecho a base de carboncillo, lo que ella busca al adquirir este producto es que tenga durabilidad y que no se corra.

Persona 2

Como último producto le presentamos los delineadores y ella eligió el natural porque el tono es más fuerte y ella cree que por lo mismo dura más. Ella al adquirir este producto busca que no se corra y que sea un tono fuerte que le haga ver más grandes sus ojos.

Persona 3

Por último le enseñamos los delineadores, y nos comento que ella no notaba ninguna diferencia entre esos productos, pero que si se tuviera que decidir por alguno de los dos elegiría el natural porque sabe que ese no le daña su piel.

De estas entrevistas concluimos que las mujeres se fijan en el diseño de los productos principalmente, después se fijan en sus aplicadores y en las diferentes tonalidades que existen de estos productos. Dos de las tres personas que entrevistamos no conocían en qué consistían los maquillajes naturales y al enterarse de los beneficios que estos les ofrecen, nos comentaron que iban a probarlos, pero a una de ellas se le complicaba adquirir estos cosméticos por los precios tan altos de estos productos.





CAPITULO 7. GRÁFICAS Y RESULTADOS

Muestreo

Metodología

Acudimos a la Facultad de Odontología a realizar una observación no participativa, en donde observamos a 30 mujeres, de las cuales 27 iban maquilladas y 3 sin maquillar. Con esto pudimos obtener los datos que a continuación utilizaremos para sacar el número de encuestas que tenemos que realizar

Datos

Los datos que utilizamos para sacar el muestreo fueron los siguientes:

Total de la población femenina facultad de odontología: 2286

Total de mujeres: 30

Mujeres maquilladas: 27

Mujeres sin maquillar: 3

Procedimientos y operaciones

$$(27 \cdot 100) / 30 = 90\%$$

$$(3 \cdot 100) / 30 = 10\%$$

Valores de p y q:

$$p = 90\%$$

$$q = 10\%$$

Formula

$$n = \frac{z^2 \alpha / 2^2 [(p)(q)]}{E^2}$$

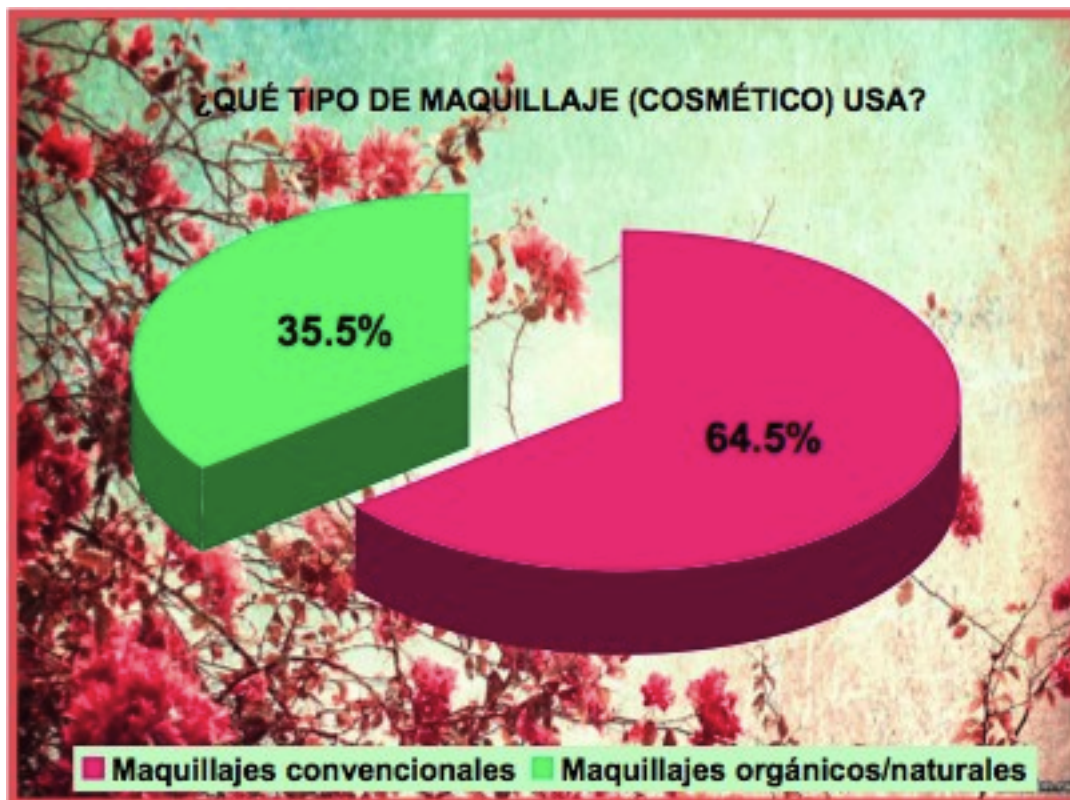
$$n = \frac{(1.96)^2 [(.90)(.10)]}{(0.05)^2} = 138$$

Con lo anterior concluimos que tenemos que realizar 138 encuestas en la Facultad de Odontología para poder realizar nuestras gráficas.



Gráficas

Gráfica 1. Uso de maquillajes

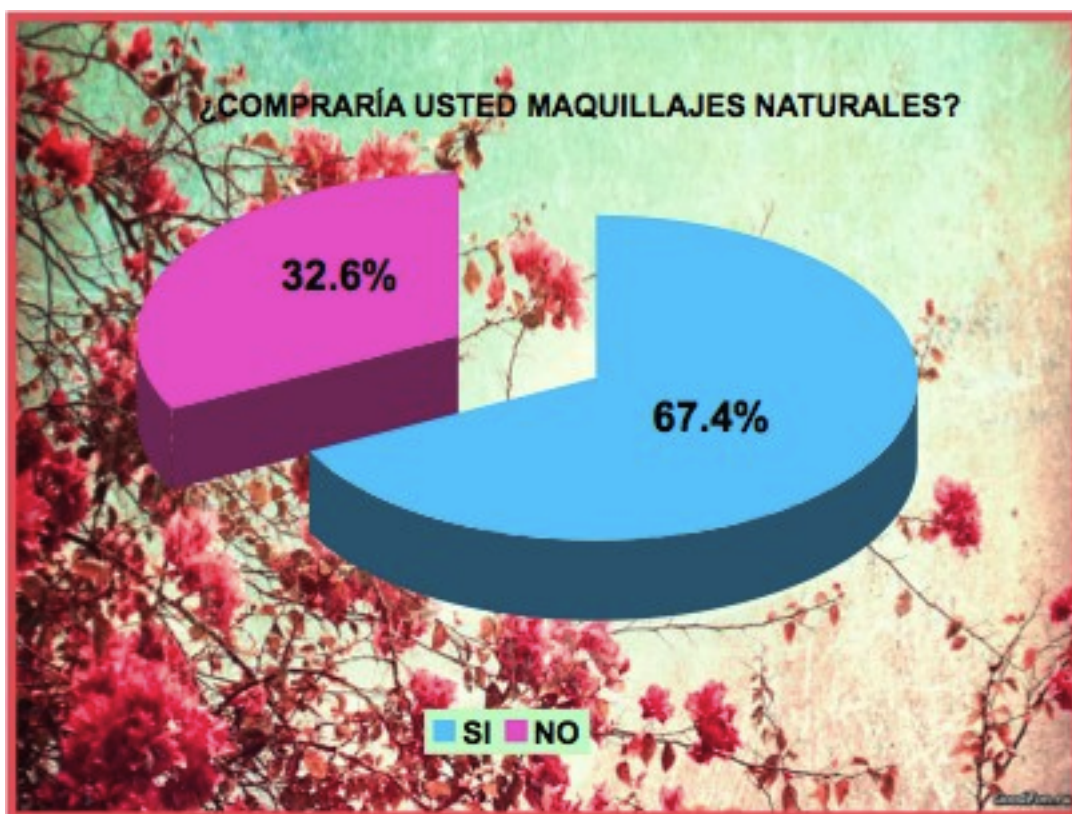


Autoría Propia

Esta gráfica nos muestra los resultados que arrojó nuestra primera pregunta, en ella podemos ver que de las 138 personas encuestadas un 64.4% lo que equivale a 89 personas usan maquillajes convencionales, y sólo 49 personas es decir un 35.5% utiliza maquillajes naturales u orgánicos, con lo anterior podemos afirmar que muy pocas personas utilizan los cosméticos naturales.

Gráfica 2. ¿Compraría maquillajes naturales?





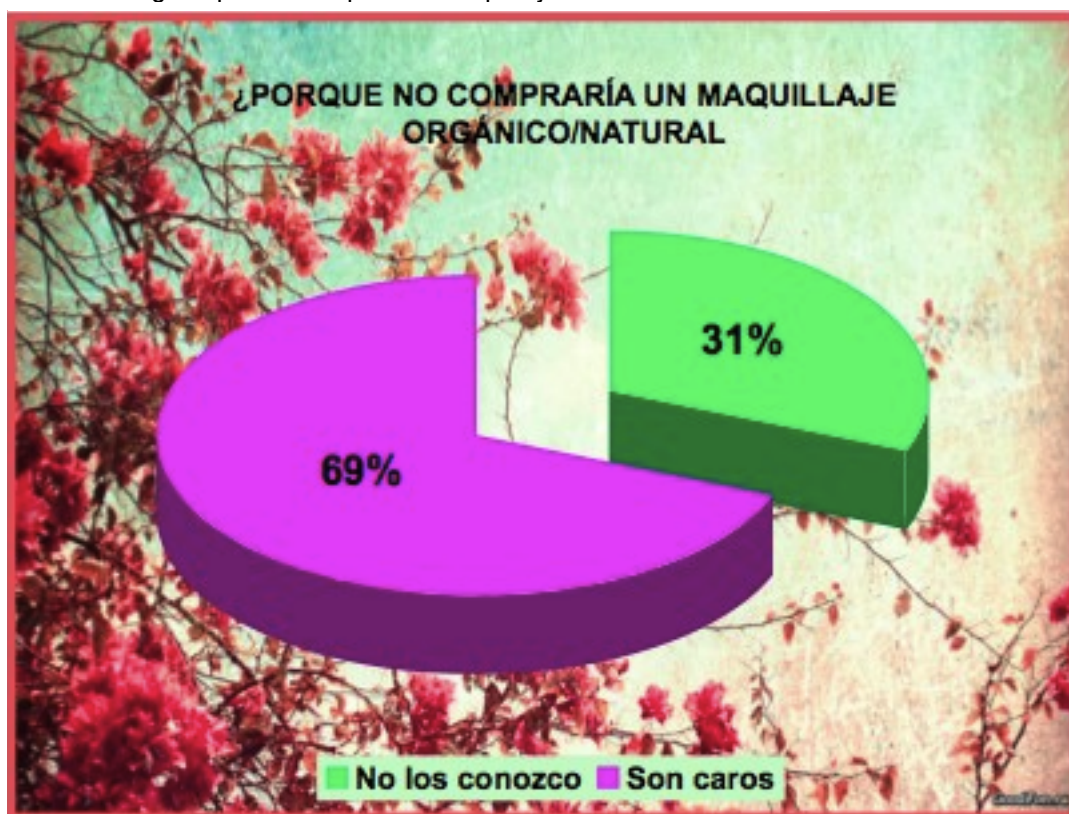
Autoría propia

A esas 89 personas que utilizan maquillajes convencionales se les preguntó si alguna vez comprarían algún maquillaje natural, a lo cual 60 personas contestaron que sí y 29 respondieron negativamente. Como se muestra en la grafica con los respectivos porcentajes. Con lo que podríamos decir que el mercado de cosméticos naturales, podría ampliarse aunque también habría que saber las necesidades de esos nuevos posibles clientes para saber porque hasta ahora no han comprado un cosmético natural y si en verdad saben que es un cosmético natural. Ahora del lado negativo que es lo que mas nos importaría porque sería un segmento de mercado que no se tiene seguro.

Y así de esas 29 personas que no comprarían un maquillaje natural, sacamos la gráfica (3) que viene a continuación, el cuestionamiento se refería al porque de su respuesta negativa y curiosamente las respuestas tuvieron consistencia, y se enfocaron en dos respuestas, una de ellas fue porque no los conocen que fue mencionada por 9 personas (en la gráfica se muestra su respectivo porcentaje) por otro lado están 20 personas que respondieron que no comprarían un cosmético natural porque son caros, en la gráfica también se observan los porcentajes.



Gráfica 3. ¿Porqué no comprar un maquillaje natural?



Autoría propia

Gráfica 4. Razones más importante para la compra de maquillajes convencionales



Autoría propia



En la grafica 4 se observan las diferentes razones en las que las personas se pueden basar para comprar maquillajes convencionales entre las más escogidas están durabilidad, que está en primer lugar, seguida de los beneficios a la salud, aunque nosotras diferimos un poco con esa respuesta, pues sabemos que los cosméticos convencionales no ofrecen ningún beneficio a la salud, mas bien es todo lo contrario, esto nos hace pensar que esas personas no están bien informadas y no saben el daño que llega a producir un cosmético de éste tipo. Y en tercer lugar está el precio, que aunque los maquillajes en general son caros, bien es cierto que no se comparan con el precio de los naturales. La razón menos respondida fue el empaque con 3 personas. Entonces con lo anterior podemos concluir que lo que una persona busca al comprar un maquillaje convencional es que tengan una larga durabilidad principalmente, luego vendría el precio y también por qué no la facilidad de adquirirlos.

Gráfica 5. Razones más importante para la compra de maquillajes naturales



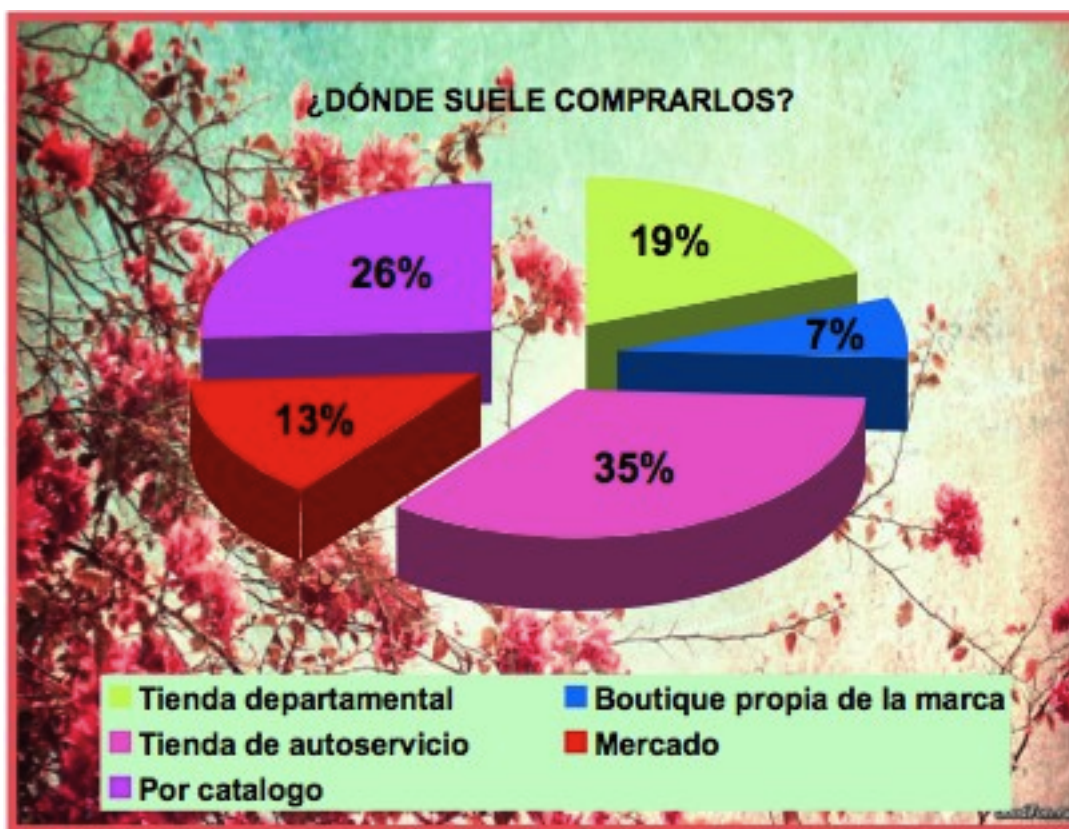
Autoría propia

En el caso de los cosméticos naturales es diferente; la única razón que podemos contar como importante es por los beneficios que ofrecen a la salud, pues claramente en la gráfica 5 se puede ver que es el primer resultado que se dispara, ya que 36 personas de 49 que consumen cosméticos naturales piensan que beneficios a la salud es la razón principal de su consumo.



A diferencia de la gráfica 4 el precio y la facilidad de adquirirlo no perfilan como una importante razón, pues ninguna persona optó por ella.

Gráfica 6. Principales lugares de compra (convencionales)



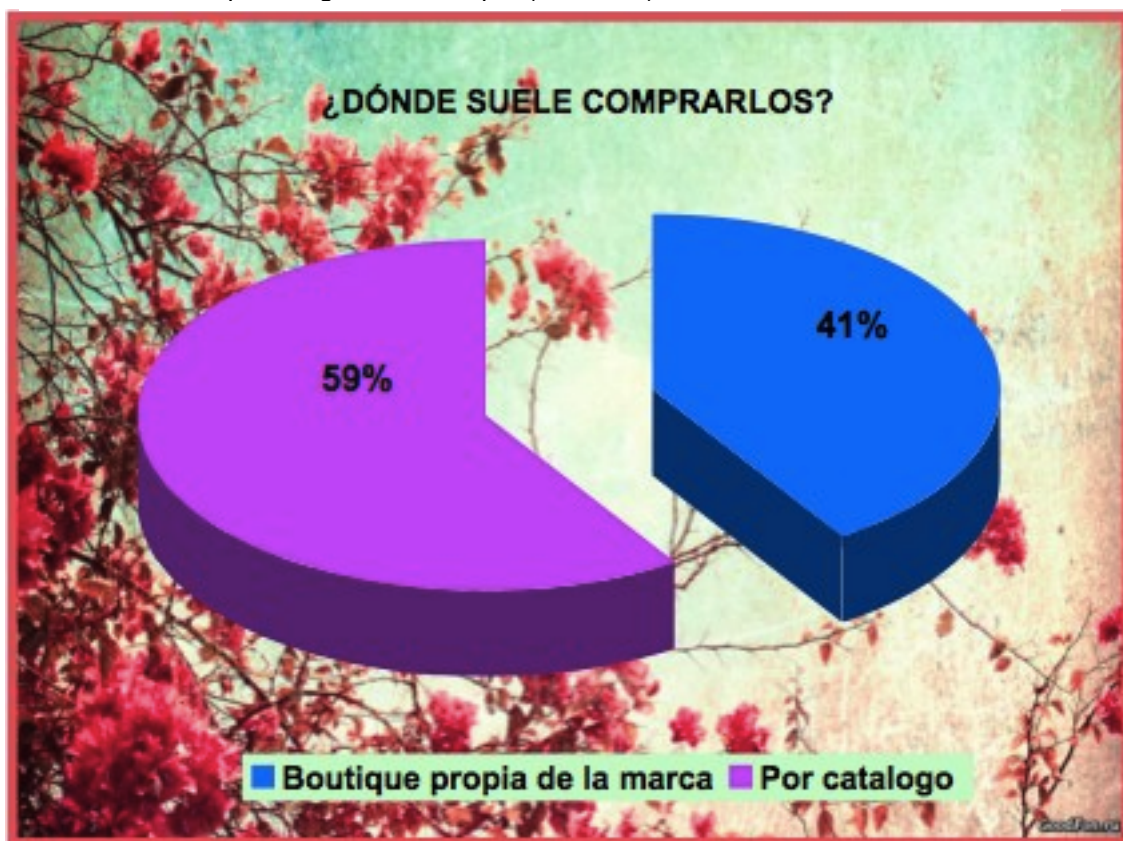
Autoría propia

Para el caso de los cosméticos convencionales el lugar de compra es variado, como se muestra en la gráfica 6, las personas pueden comprarlos en diferentes tiendas o lugares de venta, en este caso de las 89 personas que consumen esta tipo de maquillaje, 17 adquieren sus maquillajes en tiendas departamentales tales como Liverpool, Sears, Sanborns etc, 6 más los compran en boutiques propias de la marca como Mac, lâncome, sephra etc; Otras 31 personas optan por conseguirlos en tiendas de autoservicio como Walt-mart, Comercial Mexicana, Soriana etc. Mientras tanto solo 12 personas consiguen sus maquillajes en el mercado, y el resto que son 23 los compran por catálogos, como Avon, Mary kay etc.

Gracias a esta variedad de lugares para comprarlos, la facilidad de adquirirlo es una razón importante para elegir este tipo de cosméticos como ya lo habíamos visto en la gráfica 5.



Gráfica 7. Principales lugares de compra (naturales)

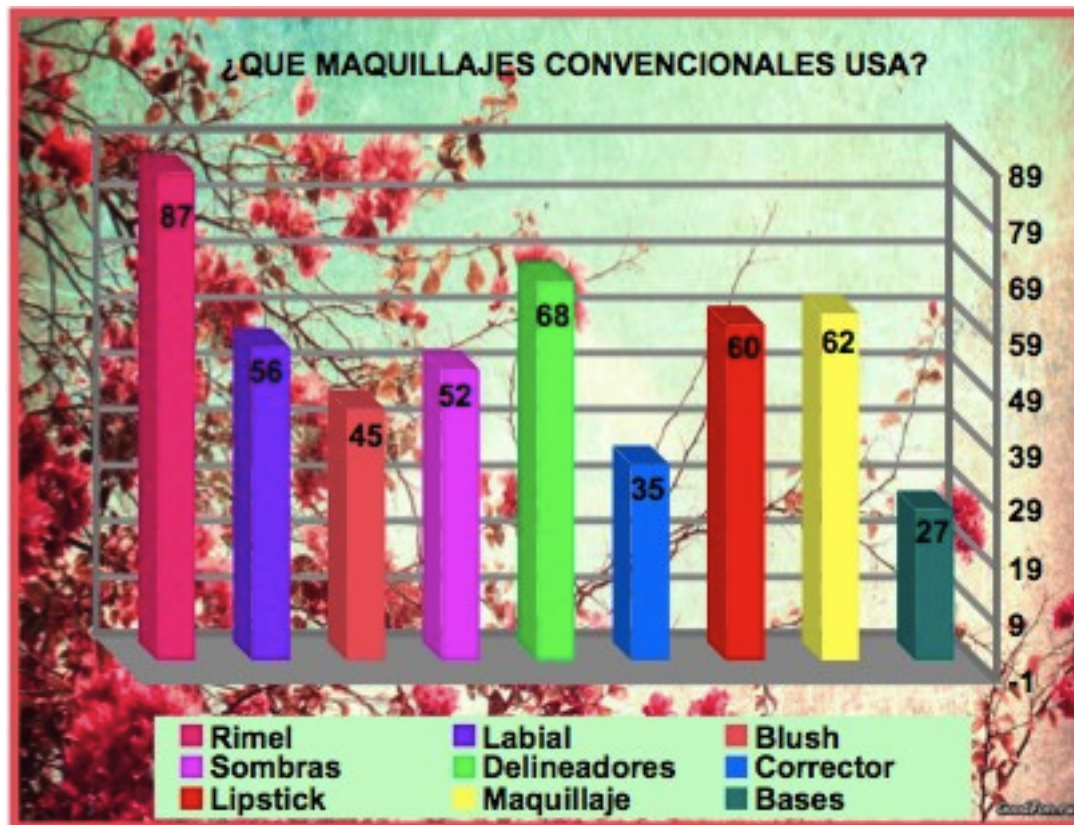


Autoría propia

En la gráfica 7, que corresponde al lugar de compra de los maquillajes naturales, podemos apreciar la gran diferencia que hay en cuanto a la gráfica 6, en éste caso no figuran las anteriores opciones, como tiendas departamentales, mercados, y tiendas de autoservicio, pues los cosméticos naturales por el momento sólo se pueden conseguir en boutiques propias de la marca como The body shop, esta opción fue seleccionada por 20 personas, el resto es decir 29 personas adquieren sus maquillajes naturales por catálogo, por ejemplo Oriflame, y Natura. Comparando ésta gráfica con la gráfica 6, observamos que la variedad no es la misma, y entonces es cuando afirmamos que la facilidad de adquirir un maquillaje natural no figura como una razón importante que haga comprarlo, como lo vimos en la gráfica 5.



Gráfica 8. Frecuencia de uso de los maquillajes convencionales

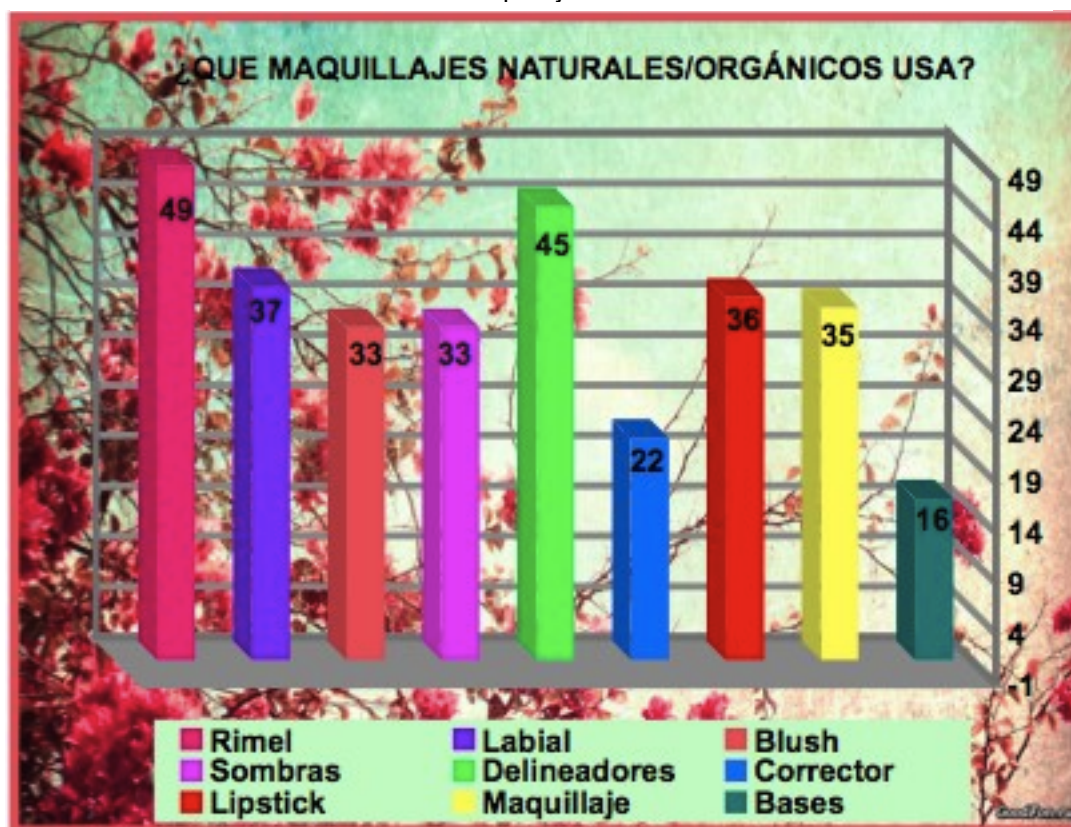


Autoría propia

En la gráfica número 8, obtenemos los resultados de cuales son los maquillajes convencionales más usados por las mujeres y en que frecuencia, por ejemplo el maquillaje con mas uso según nuestras 89 encuestadas, es el rimel, pues 87 personas lo usan, después de el están los delineadores con 68 mujeres, y después de estos el maquillaje con 62 mujeres. Esto nos permite saber que la mayoría de las personas usa en su *outfit* diario rimel, delineador y maquillaje, y puede ser que también un lipstick sea parte del *look* diario.



Gráfica 9. Frecuencia de uso de los maquillajes naturales

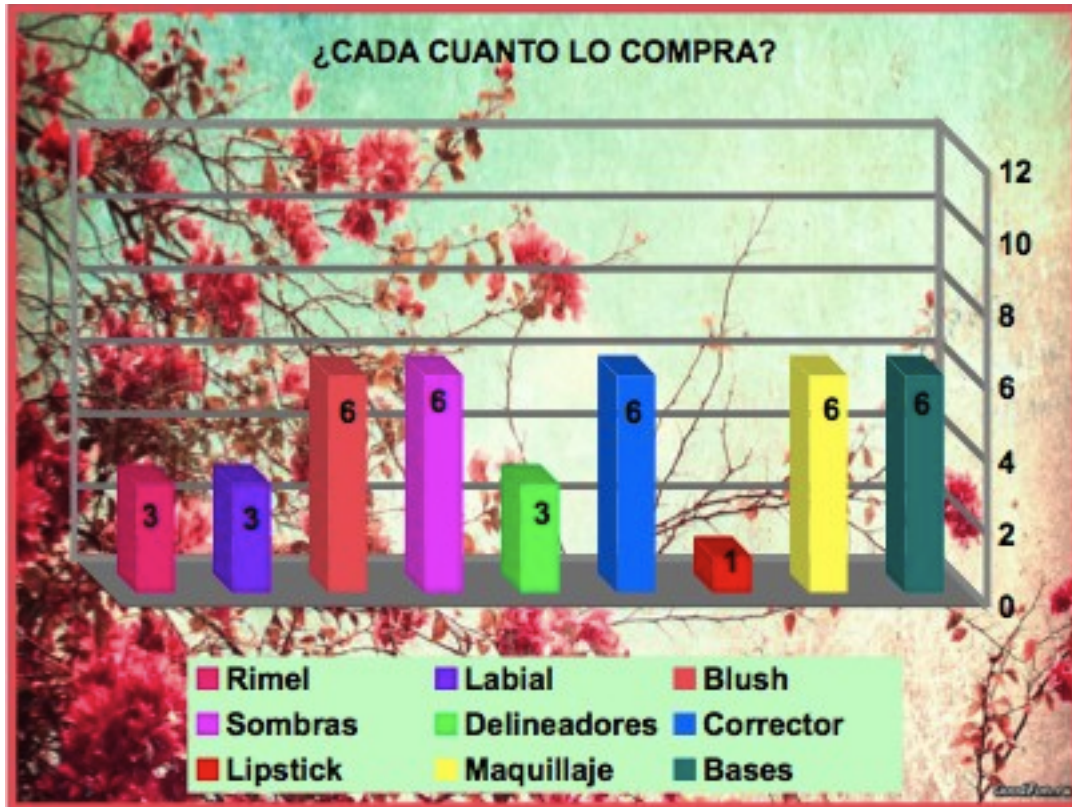


Autoría propia

En esta gráfica 9 vemos el uso de los diferentes maquillajes pero esta vez son naturales, de igual manera podemos decir que los maquillajes mas usados como en la gráfica anterior son el rimel, el delineador, maquillaje, lipstick o labial en este caso. Aunque también las opciones que arrojaron resultados altos considerables fueron blush y sombras con el mismo numero de personas. Pero en general el uso de los maquillajes según nuestras encuestadas tanto para maquillajes convencionales como naturales, es prácticamente el mismo, los tres primeros mas altos coinciden, lo cual se puede observar en las gráficas 8 y 9.



Gráfica 10. Frecuencia de compra de los maquillajes convencionales

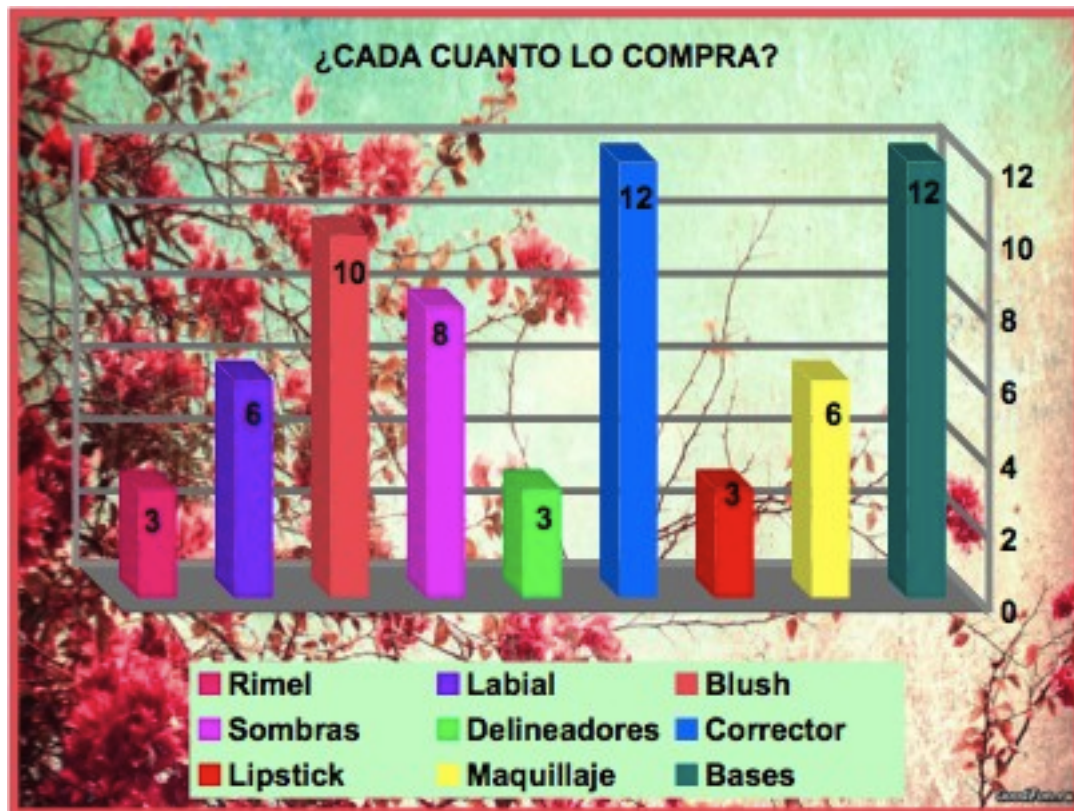


Autoría propia

La gráfica número 10 nos permite apreciar la frecuencia de compra de los maquillajes convencionales en cuanto a meses, los resultados se encuentran entre los 3 y 6 meses. Solo hay una variación que es en el lipstick que lo compran aproximadamente cada mes. Cabe mencionar que para llevar a cabo esta gráfica se tomo en cuenta la moda de cada producto es decir aquella que más se repetía en las respuestas que nos proporcionaban nuestras encuestadas.



Gráfica 11. Frecuencia de compra de los maquillajes naturales.



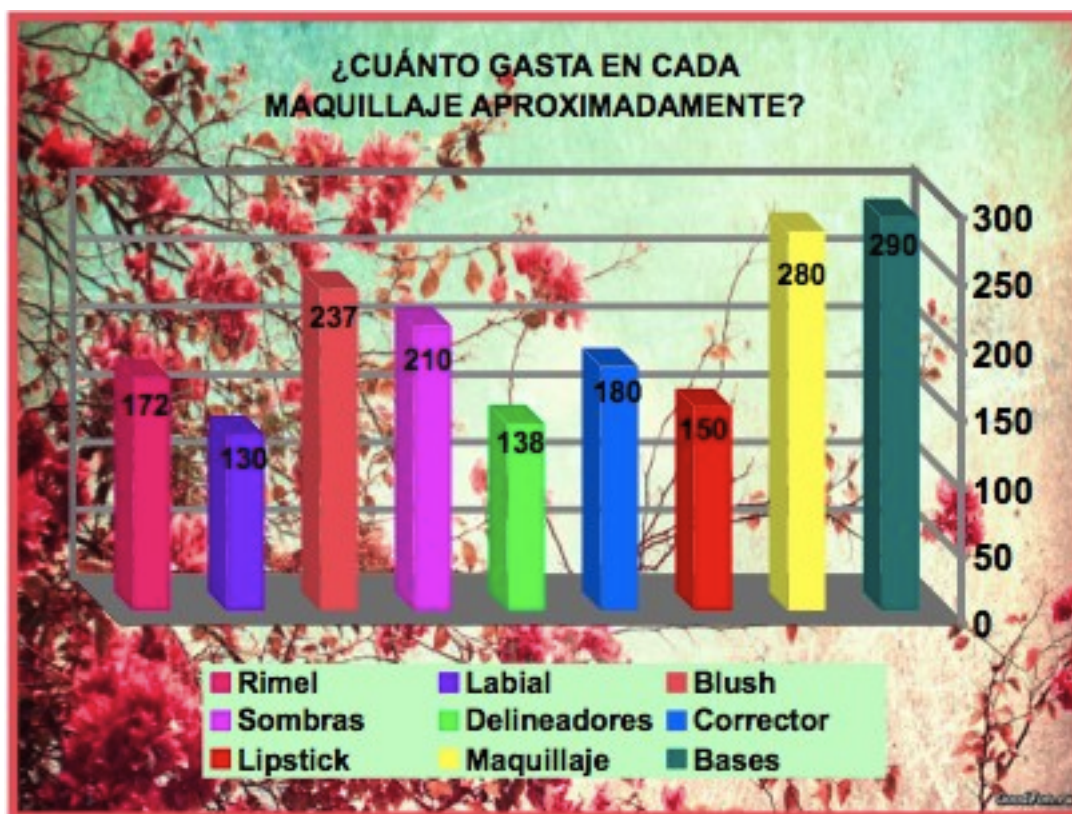
Autoría propia

La gráfica 11 nos refleja los resultados de la frecuencia de compra, pero esta vez de los maquillajes naturales. De igual forma que en la gráfica anterior (10) consideramos la moda de cada opción, en ésta gráfica no hay consistencia de resultados como en la anterior, aquí lo que observamos es una moda mas grande, es decir los maquillajes se compran en un tiempo mas prolongado, mientras que en la gráfica 10 la mayoría se compraba entre 3 y 6 meses, en ésta observamos que la mínima frecuencia es 3 meses, luego van de 6, 8 10 y hasta 12 meses.

Con lo anterior podemos decir que la durabilidad de los cosméticos naturales es mayor, pues el periodo para comprar un maquillaje es mas largo, por ejemplo un corrector o una base siendo convencional se compraría cada seis meses, si estos fueran naturales se comprarían cada 12 meses esto es el doble de tiempo. Esto también se consideraría como un punto a favor de los maquillajes naturales, a parte de los beneficios en cuanto a salud y cuidado de la piel.

Gráfica 12. Frecuencia de gasto de los maquillajes convencionales





Autoría propia

En la gráfica 12 vemos los precios promedio de cada maquillaje convencional, entre los mas costosos ubicamos a las bases, maquillajes, rimeles, y blushes. Estos pasan los \$100 pero no rebasan los \$200.

Si hacemos una comparación entre la gráfica 10 y ésta podemos observar que 1 persona gastaría aproximadamente:

156 pesos cada 3 meses por un rimel,

78 pesos cada 3 meses por un labial,

115 pesos cada 6 meses por un blush,

91 pesos cada 6 meses por unas sombras,

49 pesos cada 3 meses por un delineador,

58 pesos cada 6 meses por un corrector,

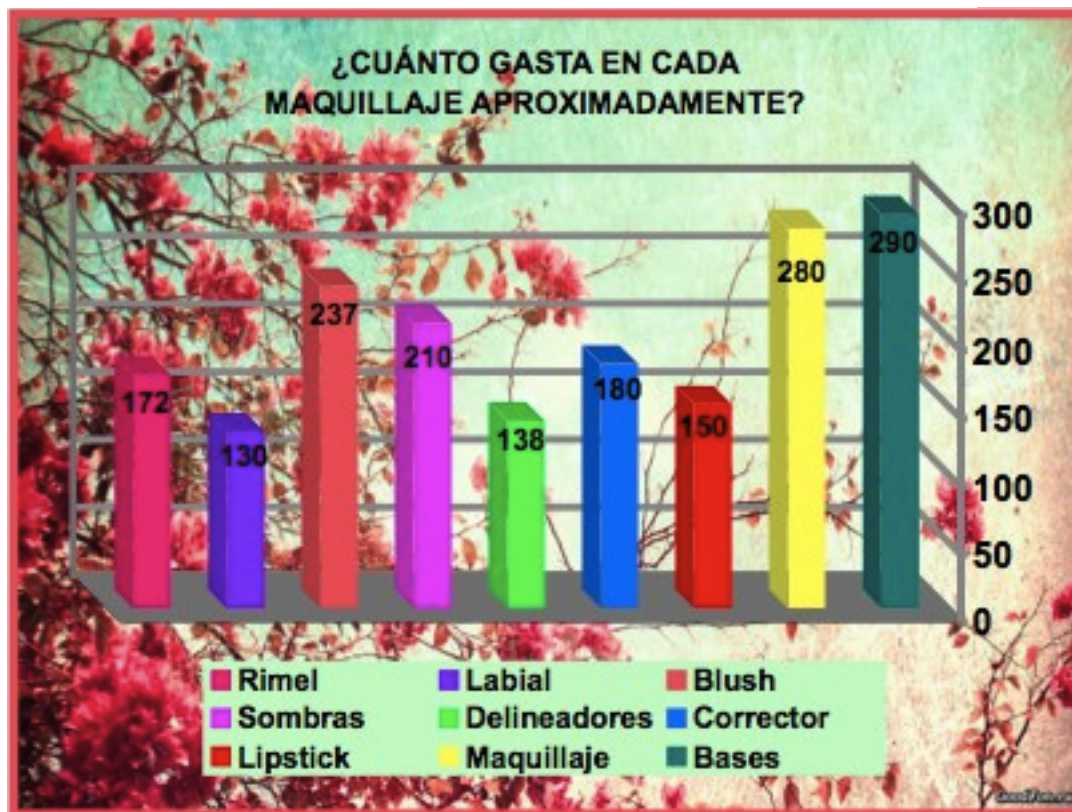
61 pesos cada 1 meses por un lipstick,



156 pesos cada 6 meses por un maquillaje,

200 pesos cada 6 meses por una base de maquillaje.

Gráfica 13. Frecuencia de gasto de los maquillajes naturales.



Autoría propia

En la gráfica 13 vemos los precios promedio de cada maquillaje natural, entre los mas costosos ubicamos a las bases, maquillajes, blushes y sombras. Estos pasan los \$200 pero no rebasan los \$300.

Si hacemos una comparación entre la gráfica 10 y ésta podemos observar que 1 persona gastaría aproximadamente:

172 pesos cada 3 meses por un rimel,

130 pesos cada 6 meses por un labial,

237 pesos cada 8 meses por un blush,

210 pesos cada 10 meses por unas sombras,



138 pesos cada 3 meses por un delineador,
180 pesos cada 12 meses por un corrector,
150 pesos cada 3 meses por un lipstick,
280 pesos cada 6 meses por un maquillaje,
290 pesos cada 12 meses por una base de maquillaje.

Comparando los resultados de los precios de la gráfica 12 y 13, nos damos cuenta que en realidad los maquillajes naturales son más costosos que los convencionales, pero también es cierto que algunos de los maquillajes naturales saldrían a largo plazo más baratos, pues llegan a tener una diferencia pequeña entre sus costos, por ejemplo:

RIMEL:

Convencional: \$156 y el Natural: \$172; los dos son comprados cada 3 meses en decir la diferencia entre ellos es de 18 pesos aproximadamente.

LABIAL:

Convencional: \$78 y el Natural: 130 pesos. Pero resulta que el convencional se compra cada 3 meses y el natural cada 6, lo que implicaría comprar dos labiales convencionales para 6 meses que sería igual a \$156, en este caso el natural es más barato y tiene una duración mayor: 1 solo labial natural para 6 meses por \$130.

BLUSH:

Convencional: \$115 , Natural: \$237 , el primero cada seis meses y el segundo cada 8 meses, aquí es claro que el convencional es más barato que el natural, pues al comprar dos blushes convencionales que rendirían para 12 meses por un precio de \$230, el natural duraría 8 meses y éste cuesta 7 pesos más que el precio anterior es decir \$237



SOMBRAS:

Unas sombras naturales cuestan \$210 y duran 10 meses, 2 sombras convencionales que rendirían para 12 meses costarían \$ 182, hay una diferencia de \$28 pesos, evidentemente las sombras convencionales son más baratas.

DELINEADOR:

Convencional: \$49, Natural: \$138, los dos se compran cada tres meses evidentemente el natural es más costoso con una diferencia de \$89

CORRECTOR:

Con 180 pesos se compra un corrector natural que dura 12 meses, mientras que con \$116 compras dos correctores convencionales que durarían 12 meses, aquí la diferencia es de \$64.

LIPSTICK:

Con \$150 se compra un lipstick natural que dura 3 meses, con \$183 se compran 3 lipsticks convencionales para tres meses, en este caso el lipstick natural es más barato por una diferencia de \$33.

MAQUILLAJE:

Convencional: \$156, Natural: \$280 los dos son comprados cada 6 meses es decir la diferencia entre ellos es de \$24 siendo el natural más costoso.

BASES:



Con \$290 se compra una base de maquillaje natural para 12 meses, con \$400 se compran dos bases de maquillaje convencionales para el mismo periodo de tiempo, en este caso el natural es por mucho, más barato que el convencional con una diferencia de \$110.

NOTA: Recordemos que los precios están fijados por promedio de todos los datos levantados en las encuestas, y que la frecuencia de compra en meses también está determinada por la moda de cada producto, con base a eso se hicieron las aproximaciones anteriores, en el levantamiento de datos, hubo personas que llegaban a gastar más y otros menos de los precios establecidos como base, y otros tardaban más o menos en consumirlos.

Gráfica 14. Marcas de maquillajes naturales más usadas



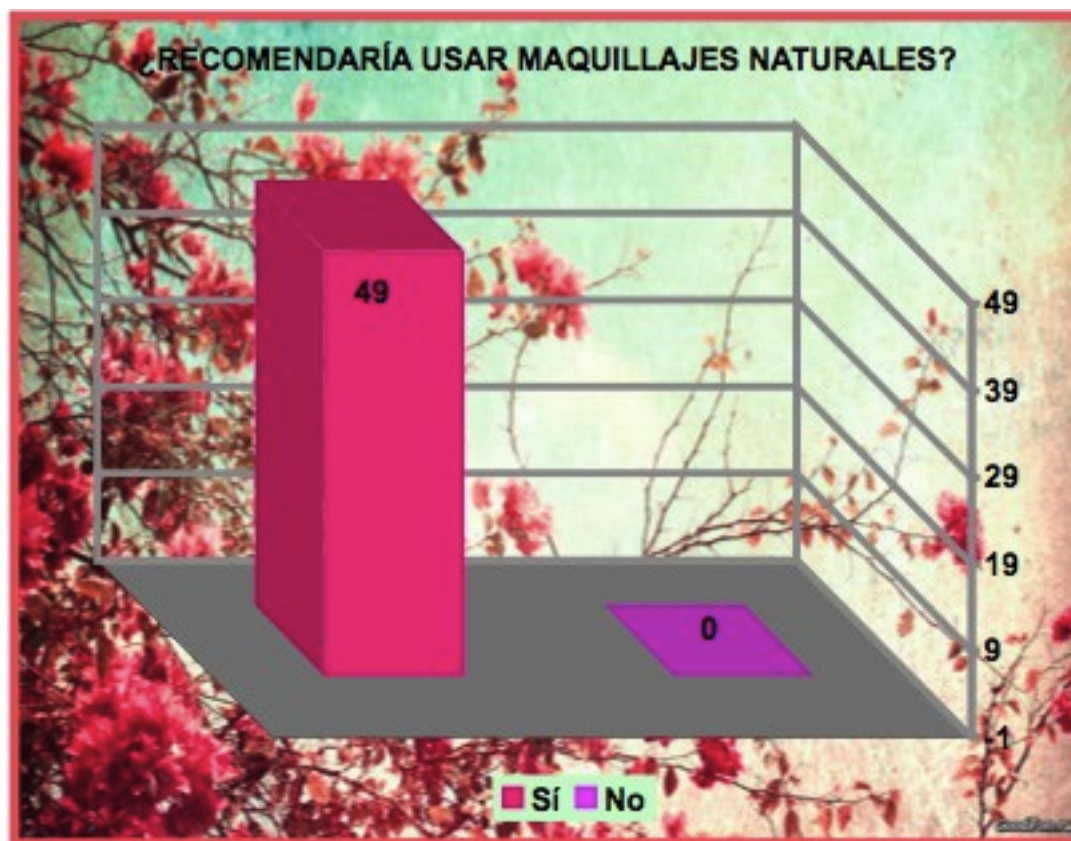
Autoría propia

A partir de la gráfica 14, comenzamos a presentar los resultados de 3 preguntas que se hicieron solamente al segmento que consume maquillajes naturales, la primera fue la que se muestra precisamente en ésta gráfica, ¿cuál es la marca que más consumen? Los resultados arrojaron: The body shop que es una empresa establecida que tiene lugares físicos para ir a comprar obtuvo 20 personas; para aquellas empresas que manejan sus ventas por medio de catálogos



como Oriflame y Natura, se obtuvieron 12 y 17 personas respectivamente. Y por último tenemos a Mazunte, empresa mexicana que no contó con ninguna persona, lo que nos dice que no es reconocida aún, a pesar de que ofrece productos de buena calidad y que a parte son mexicanos.

Gráfica 15. Frecuencia de recomendación de los maquillajes naturales



Autoría propia

La gráfica 15 nos muestra que el 100% de las personas que consumen maquillajes naturales estaría dispuesto a recomendar el uso de estos mismos. Y el motivo por el cual lo harían se muestra en la gráfica 16, el cual se dividiría en dos opiniones; la primera es porque son saludables y cuidan la piel con 30 personas a favor, y la segunda sería porque duran mucho más que uno convencional, con 19 personas a favor, en la gráfica 16 se muestran los porcentajes respectivamente.

Gráfica 16. Motivos de la recomendación.





Autoría Propia



CAPITULO 8. CONCLUSIONES

Con la elaboración de este proyecto de investigación podemos concluir que los cosméticos han sido y seguirán siendo utilizados, pues como hemos visto desde los inicios del hombre como civilización, este se ha preocupado en menor o mayor proporción por su apariencia, de ello podemos decir que el segmento de mercado de los cosméticos ha evolucionado y se encuentra en crecimiento con base en las necesidades de las personas.

Conocimos la diferencia entre los cosméticos orgánicos y naturales, la cual radica en una certificación para el producto orgánico otorgada por empresas que verifican la autenticidad del cosmético, a diferencia del natural que a pesar de que se elabora con ingredientes 100% naturales no se encuentra avalada por estas empresas.

Los cosméticos naturales son la mejor opción para aquellas mujeres que se preocupan por su salud, el cuidado de su piel y el medio ambiente, desafortunadamente no todas las mujeres tienen la posibilidad y el interés de adquirir este tipo de cosmético, ya que su costo es elevado y son pocos los establecimientos que venden este tipo de producto.

En cuanto a los cosméticos convencionales encontramos como ventaja, mayor durabilidad, costo accesible, amplia gama de colores y fácil adquisición, pero también son muchas las desventajas que presentan, tales como: enfermedades de la piel, irritación, alergias, entre otras afecciones.

Encontramos que el mercado de la cosmética natural es muy reducido en México, ya que existen muy pocas tiendas que venden este tipo de productos, entre ellas se encuentran Oriflame, The Body Shop, Natura, Mazunte. Sin embargo a pesar de ser tan reducido el mercado, somos el cuarto país en cuanto al tamaño del mercado en Latinoamérica. Los inversionistas ven una gran oportunidad al invertir en este sector, pues como no está abarcado este en su totalidad, ven grandes oportunidades de crecimiento, pues las personas cada vez se vuelven más conscientes sobre temas relacionados con el medio ambiente y la salud.



Al acudir a la tienda The Body Shop nos pudimos dar cuenta que son pocos los maquillajes que tienen certificación, pero todos son naturales y sus envases son biodegradables; algo que nos explicaron fue que en EUA los envases se reciclan y esa acción se está tratando de adoptar en México.

Los maquillajes naturales son similares a los convencionales, pero aun tienen mucho que evolucionar, por ejemplo en cuanto a la durabilidad aun siguen estando por debajo de los maquillajes convencionales, ya que mientras estos últimos dicen durar hasta 24 horas, la máxima duración de los naturales es de 12 horas. Otra gran diferencia es el costo ya que los naturales son más caros y tienen menos gramaje de producto que los convencionales, pero también tenemos que ver que a veces un cosmético convencional se acaba con mayor rapidez y en lo que compramos un maquillaje natural tenemos que adquirir dos convencionales en el mismo periodo o viceversa.

Al realizar las entrevistas de profundidad pudimos concluir que las mujeres se dejan llevar mucho por la publicidad de los cosméticos convencionales; y también se guía por el diseño del cosmético, y la gama de colores, son pocas las mujeres que en verdad se interesan por el medio ambiente sobre todo en un país subdesarrollado como lo es México.

Es importante dar a conocer los cosméticos naturales, ya que muchas mujeres aun no saben la diferencia entre una maquillaje orgánico y uno convencional y esta es otra de las razones por las cuales no adquieren este tipo de productos, además de que piensan que nos les brindaran los mismos beneficios que los convencionales.

Debemos empezar a hacer conciencia del daño que le estamos haciendo a nuestra salud y al medio ambiente, en nuestra opinión creemos que si aumentara la publicidad de los maquillajes naturales, estos tendrían más auge en el mercado cosmetiquero, las oportunidades de crecimiento son muchas, lo que falta es poner más atención en aquello que demanda la mujer al adquirir estos productos y ponerlo en práctica.

No podemos dar una conclusión en específico, porque lo que para uno es bueno para otros es malo, es por esto que en este trabajo solo se dan a conocer las características de ambos productos para que así cada persona pueda decidir qué es lo mejor para ella y para su salud.



BIBLIOGRAFÍA

Alcalde, M. Teresa & Del Pozo (2004), *Silice, Slicio como artículo en la cosmética*, [Artículo en línea], consultado en Mayo 4, 2012, del sitio web:

http://apps.elsevier.es/watermark/ctl_servlet?_f=10&pident_articulo=13062392&pident_usuario=0&pident_revista=4&fichero=4v23n05a13062392pdf001.pdf&ty=44&accion=L&origen=doymafarma&web=www.doymafarma.com&lan=es

Arcas, E. (2010), *Aceite de ricino, uñas y pestañas sanas*, [Artículo en línea] Consultado en Mayo 3, 2012, del sitio web:

<http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=2588>

Arnau, J. V. (2010) *Aceite de Girasol*. [Artículo en línea] Consultado Abril 12, 2012, del sitio web: <http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=266>

Bennett, H. (1993). *Cosmetic Formulary*. Editorial Staff, Chemical Publishing Co., Inc. New York.

Bernárdez, T. (2005). *La Industria cosmética en México, oportunidades en los mercados externos*. [Presentación en línea] Consultado en Marzo 16, 2012, del sitio web: <http://www.bancomext.gob.mx>

Cacao y chocolate (2008). *La cosmética del cacao*. [Artículo en línea] Consultado Mayo 3, 2012, del sitio web: <http://www.cacaoychocolate.com/cosmeticaycacao.html>

Cano, J. (2006) *Ventajas de la cosmética natural*, [Artículo en línea] Consultado en Marzo 18, 2012, del sitio web <http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=354>

Cosméticos Mazunte (2012) [Artículo en línea] Consultado en Marzo 27, 2012, del sitio web: <http://www.cosmeticosmazunte.com/>

Hill, J.W. Kolb, D.K. (1999), *Química para el nuevo milenio* (8ª Edición). México: Pearson



J.L. (2005) SALUD Y BELLEZA: *La mayor parte de los cosméticos convencionales son tóxicos*. Discovery de Salud (76). [Revista en línea] Consultado en Abril 10, 2012, del sitio web: <http://www.dsalud.com/index.php?pagina=articulo&c=499>

Jorge (2009). *Cosmética Orgánica, consumidores responsables y nuevos negocios* [Artículo en línea] Consultado en Marzo 23, 2012, del sitio web: <http://www.soyrenovable.com/cosmetica-organica-y-consumidores-responsables/>

Lee, B. & Warshaw, E. (2008). Usos y alergias de la lanolina. [Artículo en línea] Consultado en Mayo 3, 2012, del sitio web: <http://www.atdermae.com/ppal095.asp>

Multiceras Blending with you. (2011) *Cera de Abeja: pureza y majestad* [Artículo en línea] Consultado en Mayo 3, 2012, del sitio web: <http://www.multiceras.com.mx/pro-abeja.htm>

Natura (2012). *Nuestra Empresa*. [Artículo en línea] Consultado en Marzo 27, 2012, del sitio web: <http://www.natura.com.mx/Nuestra-Empresa>

Oriflame (2012). *Acerca de nosotros*. [Artículo en línea] Consultado en Marzo 27, 2012, del sitio web: <http://mx.oriflame.com/about-oriflame/index.jhtml>

Rodgers, N (2009) *Las frutas avanzan en el mundo de la cosmética* [Artículo en línea] Consultado en Mayo 3, 2012, del sitio web: <http://www.tuverde.com/2009/01/las-frutas-avanzan-en-el-mundo-de-la-cosmetica/>

Roskill, H (1996) *The Economico of Talc*, [Artículo en línea] Consultado en Mayo 3, 2012 del sitio web: http://www.segemar.gov.ar/P_Oferta_Regiones/Oferta/Talco/Usos%20y%20especificaciones/DEFINICIONES,%20USOS%20Y%20ESPECIFICACIONES.htm

The Body Shop (2012). *Sobre Nosotros*. [Artículo en línea] Consultado en Marzo 27, 2012, del sitio web: <http://www.thebodyshop.es/>

Trommer, P., & Moore, R.J. (2006). *La cosmética natural. Una historia de éxito*. [Artículo en línea] Consultado en Febrero 15, 2012, del sitio web: <http://press.nuernbergmesse.de/en/biofach/25.pm.2175.html>



Zárate, S. (2006), *Plan de exportación de cosméticos 100% naturales a Estados Unidos*.
Tesis Licenciatura Administración de Negocios Internacionales. Puebla.

